

A collection of light blue silhouettes of people of various ages and abilities, including a child, a woman, a man, and a person in a wheelchair, arranged around the central text.

Universal Design

より多くの人々が、より使いやすく
それがユニバーサルデザインの考え方です

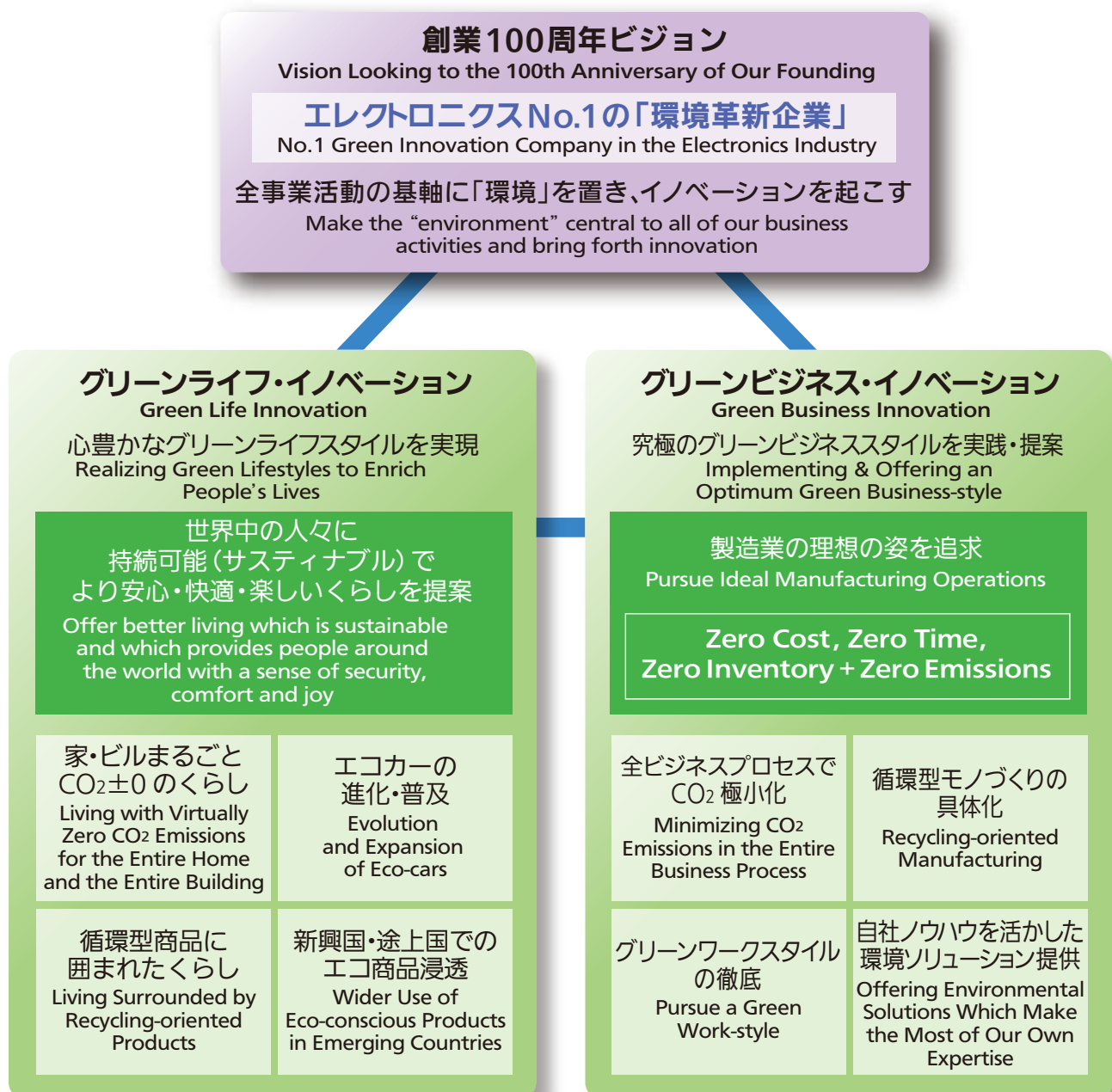
Universal Design: the most accessible and easy to use
principles for everyone

創業100周年ビジョン

Vision of the 100th Anniversary

パナソニックは、2018年の創業100周年に向けて、エレクトロニクス No.1 の「環境革新企業」を目指します。全事業活動の基軸に「環境」を置き、世界中の次の世代の人たちのために、全世界で起こりつつある「グリーン革命」を、先頭に立って推進してまいります。具体的には、二つの「イノベーション」によって、このビジョンを実現してまいります。

Panasonic aims to be the No.1 Green Innovation Company in the Electronics Industry in 2018, the 100th anniversary of our founding. We will make the 'environment' central to all of our business activities and take the lead in promoting the 'Green Revolution' which is taking place around the world for the next generation. Specifically, we will work to realize our vision with these two 'innovations'.



ごあいさつ

Greetings

テクノロジーの進歩は私たちの暮らしに新たな感動や利便性をもたらしてくれます。最近では3DテレビやLED電球などがそのよい例です。パナソニックは創業以来、先端技術の恩恵をより多くの人々が享受できるよう、高機能であると同時に、誰もが簡単に、安心して使うことができる商品づくりを追求してまいりました。

現在、世界は大きな変化の時代を迎えています。多くの先進国は高齢社会へと向かいつつあります。その一方で新興国は経済発展を背景に新しい市場を生み出しています。また、世界全体の共通課題として地球環境の問題が、日に日に深刻さを増しています。

このような大変化のなか、年齢や文化の違いを踏まえたうえで世界中のあらゆる人々が等しく「持続可能でより安心・快適、楽しい暮らし」を送ることができる社会が求められています。「より多くの人が使いやすく」というユニバーサルデザインの考え方は、世界中で同じような利便性が求められ、地球全体で持続可能な社会を追求する現代において、ますます大切なものになってきたのではないかと思います。

当社は今、創業100周年を迎える2018年に「エレクトロニクスNo.1の『環境革新企業』」となることを目指しています。ユニバーサルデザインの考え方を大切に、心豊かで持続可能なグリーンライフの実現に貢献する商品を世界各地で生み出してまいります。

パナソニック株式会社 代表取締役社長 **大坪文雄**



大坪文雄

Advances in technology are bringing new conveniences and excitement into our lives. Recent 3D televisions and LED light bulbs are good examples of these. Since its founding, Panasonic has been manufacturing products that are highly functional, as well as being easy and safe for everyone to use, so that more people can enjoy the benefits of our advanced technology.

The world is now facing major changes. Many developed countries are becoming aging societies, whilst many developing countries are growing new markets as a consequence of economic development. Furthermore, as a common challenge for the entire world, global environmental issues are increasing on a daily basis.

Within this changing context, all societies must face the question of how to live a sustainable, safe, comfortable and enjoyable life, whilst still taking into account the differences of age and culture. The fundamental idea of universal design, "easy and comfortable use by more people" is something that is desired all over the world, and is an ever more important factor in an age where we are pursuing a global sustainable society.

Panasonic's new vision is to become the No.1 Green Innovation Company in the Electronics Industry in 2018, when we celebrate our 100th year anniversary. We will continue to implement universal design, and strive to create products that will contribute to the realization of a spiritually rich, sustainable green lifestyle all around the world.

Fumio Ohtsubo, President

創業100周年ビジョン	01
Vision of the 100th Anniversary	
ごあいさつ	02
Greetings	
目次 CONTENTS	03
パナソニックグループのユニバーサルデザイン	04
Panasonic Group's UD Policy and Measures	
UD 活動の歩み	05
History of UD Activities	
製品事例紹介	07
Introducing our Products	
マニュアル／パッケージ	11
Manuals / Packages	
人間中心設計	12
User Centered Design	
研究活動事例紹介	13
Research Activities	
広める活動／お客様とのコミュニケーション活動	17
Our Widespread Activities / Communication Activities with Customers	
福祉・介護事例紹介	18
Welfare and Medical Treatment Products	

パナソニックグループのユニバーサルデザイン

Panasonic Group's UD Policy and Measures

UD方針

UD Policy

当社のUDは、より多くの人々への心配りを、商品・サービスを通じて提供し、共に生き生きと快適に、豊かに暮らせる生活の実現をめざす。

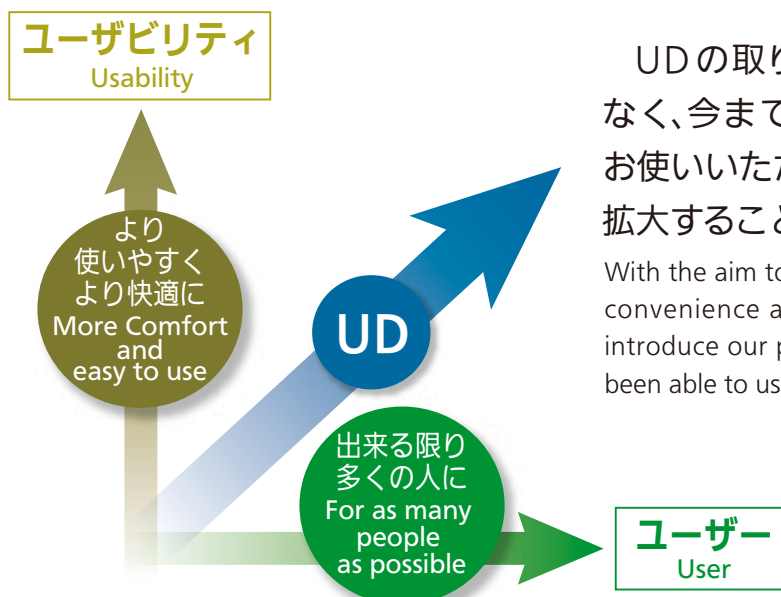
The object of our company's UD is to provide greater consideration to more people through its products and services, there by realizing a lively, comfortable and richer lifestyle.

UD方針を実現するために、6つの基本要素で取り組んでいます
6 Basic elements of universal design

- 1 理解しやすい操作への心配り
Considerations for making operations easily understandable
- 2 わかりやすい表示と表現への心配り
Considerations for using easy-to-understand indications and expressions
- 3 楽な姿勢と動作への心配り
Considerations for providing users with stress-free postures and movements
- 4 移動と空間への心配り
Considerations for users' movements and space
- 5 安心・安全への心配り
Considerations for the users' safety and peace of mind
- 6 使用環境への心配り
Considerations for the operating environment

UDで新しい顧客価値の開拓

Universal Design adds value to the customer experience



UDの取り組みにより、便利に快適にするだけでなく、今まで使っていただけなかったお客様にもお使いいただける配慮を行うことで、ユーザー層を拡大することを目的にしています。

With the aim to expand the market, we are able to not only offer convenience and comfort through our UD activities, but also introduce our products to customers who, up till now, have not been able to use these products.

「人にやさしいモノづくり」を基本コンセプトに、つねに進化し続ける

Panasonic Group's Universal Design: Always evolving under the basic concept of "people-friendly monozukuri"

'90~ '94~ '97~ 2003 2004 2005 2006

全社UD推進体制発足

Establish an all-company Universal Design Promotion System

「ナイス・エイジ・フリー事業」推進

Promoting "NAiS Age Free Business"

高齢者・障がい者にもやさしく「バリアフリープロジェクト」推進

Promoting Barrier-Free: "Easy-to-Use for the Elderly and the Physically-Challenged"

人にやさしい商品作り「フレンドリー全社プロジェクト」推進

Company Wide Initiative: "Creating People-Friendly Products"



座・シャワー

入浴と同等の効果を
シャワーで得られ、
身体の負担を軽減

- Gマーク第1回UD賞受賞

Sit-down Shower

Achieved the effectiveness of
a bath from a shower, with less
burden on the body.

- Received the first Universal Design
Prize from Good Design Award



ななめドラム洗濯 乾燥機

楽な姿勢で洗濯物が出入れ
しやすく、節水にも貢献

- Gマーク金賞受賞
- iF 賞受賞

Tilted Drum Washer/Dryer
Load & remove laundry in a
comfortable position.
Saves water.

- Received a Good Design
Gold Prize
- Received an iF Product
Design Award

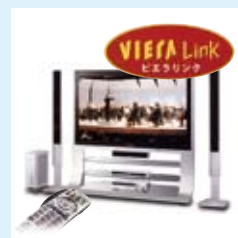


パーソナルファクス

ファクス送信など
操作手順を、
光と音声で案内

Personal Fax

Voice guidance and light
directs the user through FAX
and other operations.



パナソニックグループのユニバーサルデザイン

2007

2008

2009

2010

「パナソニック」へ社名変更・ブランド統一

Changed the corporate name to Panasonic and unified the brand

お掃除ロボットエアコン

フィルターの自動清掃により
面倒なお手入れが不要
また、高所作業から解放
Automatic AC Robot Air
Conditioner
Automatic filter cleaner
eliminates the difficult task of
cleaning the product in hard to
reach places.



全自動おそうじトイレ

汚れをはじく新素材と泡洗浄で、
お手入れが楽
アームレストで立ち座りの負担を軽減

● IF 賞受賞

Automatic Self-Cleaning Toilet

With a new material that repels dirt and the
bubble washing feature makes it easier to clean.
The arm rests offer support for the user.

● Received an iF Product Design Award

ビエラリンク

HDMI ケーブル 1 本でかんたん接続
リモコンひとつで「録る」「見る」
「聴く」が手軽に楽しめる

VIERA Link

Using only one cable line for
connections. One remote allows the user
to "record" "watch" and "listen" easily.

冷凍冷蔵庫

冷蔵室の高さを低くした
「ローウエストライン」と
「フルオープン引出し」で
家族みんなが使いやすい

Refrigerator

The "low waist line" feature
and "fully open drawers"
makes it easy to use for the
entire family.



スチームIHジャー炊飯器

排気温度と結露に配慮
「熱さカット排気」で安全

● キッズデザイン賞金賞受賞
(セーフティデザイン賞)

Steam Induction Heating Rice Cooker

Consideration for steam temperature and
condensation.

● Received a Gold Prize (Safety Design Prize)
from Kids Design Award



クローゼット扉

指はさみ防止機構で、小さな
お子様を指はさみ事故から守る

● キッズデザイン賞受賞

Closet Doors

Prevents kids' fingers from getting caught.

● Received a Kids Design Award

製品事例紹介

Introducing our Products

あらゆる生活シーンでパナソニックグループの商品には、
UD の考え方が活かされています。

Here are some examples of Panasonic Group's products that incorporate
Universal Design principles.

パーソナルファクス・骨伝導子機

振動で伝える骨伝導子機（2004 ～）

骨伝導子機は、聞き取りが気になる方でも、骨を通して頭蓋骨の振動を内耳へ伝えることでうるさいところでも聞き取りやすくなります。

音声による操作案内（2003 ～）

ファクス送信やコピーなどの操作手順を、音声で案内し初めての方でも迷いません。

Personal Fax with voice guidance & osteoconductive (bone) phone
"Osteoconductive (bone) phone transmits messages by vibration"

The osteoconductive (bone) phone makes it easier to hear for those with hearing impairments even they are in a busy place by sending a vibration directly from the cranial bone to the inner ear.

"Operation through voice guideline"

The voice guidance allows easy to understand operation for sending faxes and making copies for even first time users.



パーソナルファクス
Personal Fax



骨伝導子機
Osteoconductive (bone) Phone

ドアホン

業界最大広角レンズ（2010 ～）

広角レンズにより、業界最大の左右 170°（※1）の広い範囲が確認でき、死角が減り安心です。

※1: 2009年12月9日現在。住宅向けテレビドアホンとして（当社調べ）。

手元で対応（2006 ～）

わざわざ親機まで移動しなくても、手元の子機で来客対応ができます。

Panasonic Door Phones (intercoms)

"Comes with the industry's widest lens"

The industry's widest lens(※1) at 170 ° lets you see a bigger picture and eliminates blind spots.

※1: As of Dec 9, 2009, as a residential TV door phone.

"Remote operation capabilities"

You can check to see who is at the door with the cordless handset while the touch panels allow easier operation.



どこでもドアホン
Panasonic Door Phones (intercoms)

コードレススチームアイロン

ダブルヘッドベース (2010 ~)

業界初(※2)のダブルヘッドベースを採用することで、全方向にスムーズにアイロンがけができます。しわができにくく、手を持ちかえる手間が減り、アイロンかけの時間が短縮できます。

※2: 2010年1月12日現在。国内スチームアイロンとして(当社調べ)。

Cordless Steam Iron

"The industry's first double head base" and "centerbaric design"

The industry's first (※2) multi-directional soleplate allows for smooth ironing in all directions. Creases are hard to form, and by not having to switch hands to change directions when ironing, it's easier to use and shortens ironing time.

※2: From Jun 12, 2010, as a residential Cordless Steam Iron.



コードレススチームアイロン
Cordless Steam Iron

IHクッキングヒーター

トリプルワイド (2009 ~)

3つの鍋が横並びに使えるので、重い鍋を奥側に移動させることなく、調理の負担を軽減します。

光るリング (2003 ~)

加熱中は光るリングが点灯し、一目でわかり安全です。

IH Cooking Heater (IH Cooking Stove)

"Triple Wide"

Since 3 pots can be aligned at the same time, it reduces the burden of having to move around heavy pots from one cooker to another.

"Light Indicator Ring"

The rings on the cooktop illuminate to indicate that it's on for safety.



IHクッキングヒーター
IH Cooking Heater
(IH Cooking Stove)

クローゼット扉

お子様が指をはさみにくく安全 (2009 ~)

建具としての美しさを維持したまま指をはさみこむスペースを物理的になくしました。はさみこみそうになっても自然に指を押出してくれるので安全です。

Closet Doors

"Prevents kids fingers from getting caught"

Physically eliminated the actual space where many kids get their fingers caught during every day use while preserving the beauty of the furniture. The potential for a child's fingers from getting caught is eliminated as the design naturally pushes the fingers out of danger.



クローゼット扉
Closet Doors

製品事例紹介

Introducing our Products

エコナビをご紹介します

Introducing our ECO NAVI system



従来の省エネ性能だけでなく、ご家庭の中にある家電製品自らがその時の状況判断し、電力のムダをしっかりと抑えます。それぞれの暮らしに合わせた省エネを可能にし、おうちから出るCO₂を、エコナビでもっと削減します。

Not only does it have our conventional energy preservation capabilities, it can detect the condition of all other electrical appliances at your home and realizes optimal energy saving performance. It has made it possible to provide energy savings that matches each and every home, and will reduce the amount of CO₂ emission from each home.

ビエラにリンク

エコナビ：自動で接続機器を節電（2009～）

使用していない機器を検知して、簡単に節電できます。

UD: かんたん接続&ビエラのリモコンで操作（2006～）

HDMI やSDカードでビエラ(テレビ)とディーガ(BD/DVDレコーダー)、ルミックス(デジタルカメラ)などを接続すれば、ビエラのリモコンで快適操作が実現します。

Link to VIERA

ECONAVI: Automatic power-off

ECO Link detects devices that are not in use and automatically shuts it off, contributing to energy saving measures.

UD: Easy to connect & operate with only one remote control

Connect DIGA and LUMIX to your VIERA by using HDMI and SD cards to easily operate all devices with only one remote controller.



ビエラにリンク
Link to VIERA

ななめドラム洗濯乾燥機

エコナビ：衣類量や汚れを検知して最適洗浄（2009～）

衣類の量や汚れの程度に合わせて運転を制御するので、洗浄力はそのままで、しっかり節水できます。

UD: 洗濯物が出し入れしやすいかたち（2003～）

お年寄りにも車いすの方にも楽な姿勢で使えるかたちを追求しました。

Tilted Drum Washer/Dryer

ECONAVI: Automatically detects the amount of clothes and dirt for optimal washing

By controlling the operation accordingly to the amount of clothes and dirt, the detergency stays the same while saving water at the same time.

UD: Easy to load and take out laundry

This tilted drum comes from pursuing the most comfortable position for the elderly and people in wheelchairs.



ななめドラム洗濯乾燥機
Tilted Drum Washer/Dryer

エアコン

エコナビ : 各センサーにて最適省エネを実現 (2009 ~)

家具などの配置／ひとの位置／日射などをセンサーにて検知し、風向や温度を調整することで、最適な室温と省エネを実現します。

UD: 自動でフィルターをお掃除 (2006 ~)

これまで年に何回も必要だったフィルター掃除を自動で行い、危険な高所作業から解放しました。

Air Conditioner

ECONAVI: Realized optimum energy preservation by each sensor

The sensor automatically detects furniture position, people, and sunlight and also controls the wind and temperature to improve energy preservation effects and the most comfortable room temperature.

UD: Automatic filter cleaning

The automatic filter cleaning robot feature frees the user from conventional maintenance and eliminates the need of cleaning the filter at high places.



お掃除ロボットエアコン
Automatic Filter Cleaning
Air Conditioner

全自動おそうじトイレ

エコナビ : 使用状況に応じた省エネ (2010 ~)

人の入退室を検知し、使うときだけ便座を瞬間暖房します。室温を感知して温風乾燥の温度を適温に調節します。また着座時間を判別し、洗浄水量を調節します。

UD: 汚れをはじく新素材 & アームレスト (2007 ~)

汚れをはじく新素材により、流すだけでキレイになるのでお掃除の負担を軽減します。

またアームレストにより、立ち座り時のひざや腰への負担を和らげます。

Fully Automatic Self-Cleaning Toilet

ECONAVI: Energy preservation based on usage

It senses when people enter and leave the room, and heats the seat for only the time that the toilet is being used. It also senses the air temperature and adjusts the drying air flow to the most comfortable temperature. Finally, by sensing how long the user is sitting, it automatically uses the most appropriate amount of water needed to flush.

UD: New material that repels dirt and arm rests for safety

Adopted a new material that repels dirt. It cleans the toilet surface with every flush reducing the burden of cleaning. The armrests reduces burden on knees when sitting and getting up.



全自動おそうじトイレ
Fully Automatic Self-Cleaning Toilet

マニュアル

Manuals

ネットで使い方ガイド(2009～)

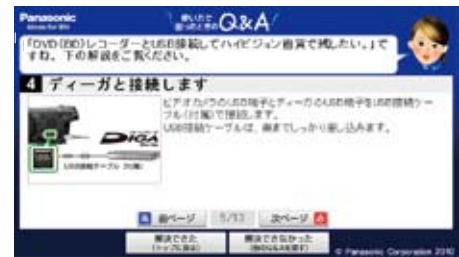
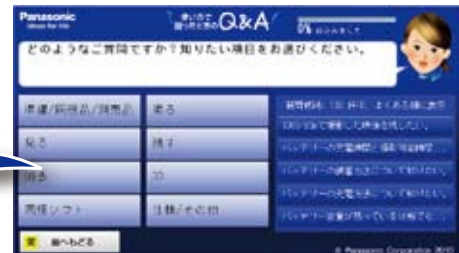
ビエラにリンクで接続された機器の「使い方ガイド」や「よくある質問」をテレビの画面で見ることが出来ます。また「よくある質問」は、お客様相談の情報を元に、WEBの特性を利用して随時更新しているので、常に最新の情報を御覧になれます。

Operation Guides on WEB built on VIERA

You can see the instruction manual and the FAQ's for the machines linked by VIERA on the TV screen. The WEB allows the user to view the updated version of the manual so they can see the latest version of the FAQ's.

日本マニュアルコンテスト 2010

マニュアル・オブ・ザ・イヤー 受賞
部門最優秀賞／企画賞 受賞



パッケージ

Packages

表示の見やすさや、運びやすさ、開けやすさ、そして廃棄のしやすさなど、商品ライフサイクルに配慮しています。また一色印刷によるインク量の低減や梱包材料の削減により、当社の基準(※)を満たすものには「エコアイディアパッケージ」マークを付与しています。

※印刷面積20%以上の削減、包装材使用量15%以上削減、発泡スチール不使用等

We promote and consider the entire product lifecycle through easy to see, easy to handle, easy to open and easy to dispose features. Furthermore, by using only one color, we reduced ink usage and materials to promote and develop environmentally-friendly features.

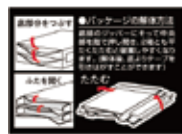
All packaging that have met our company standards (※) have the "eco ideas" logo on the package.

※Reduced printing area by over 20% and packaging material by over 15% whilst not using any Expanded Polystyrene.



開けやすい・製品が
取り出しやすい

Easy to open and easy
to take out products



分解・廃棄がしやすい
Easy to dismantle
and dispose



エコアイディアパッケージ&マーク(2008～)
Eco ideas packaging and logos

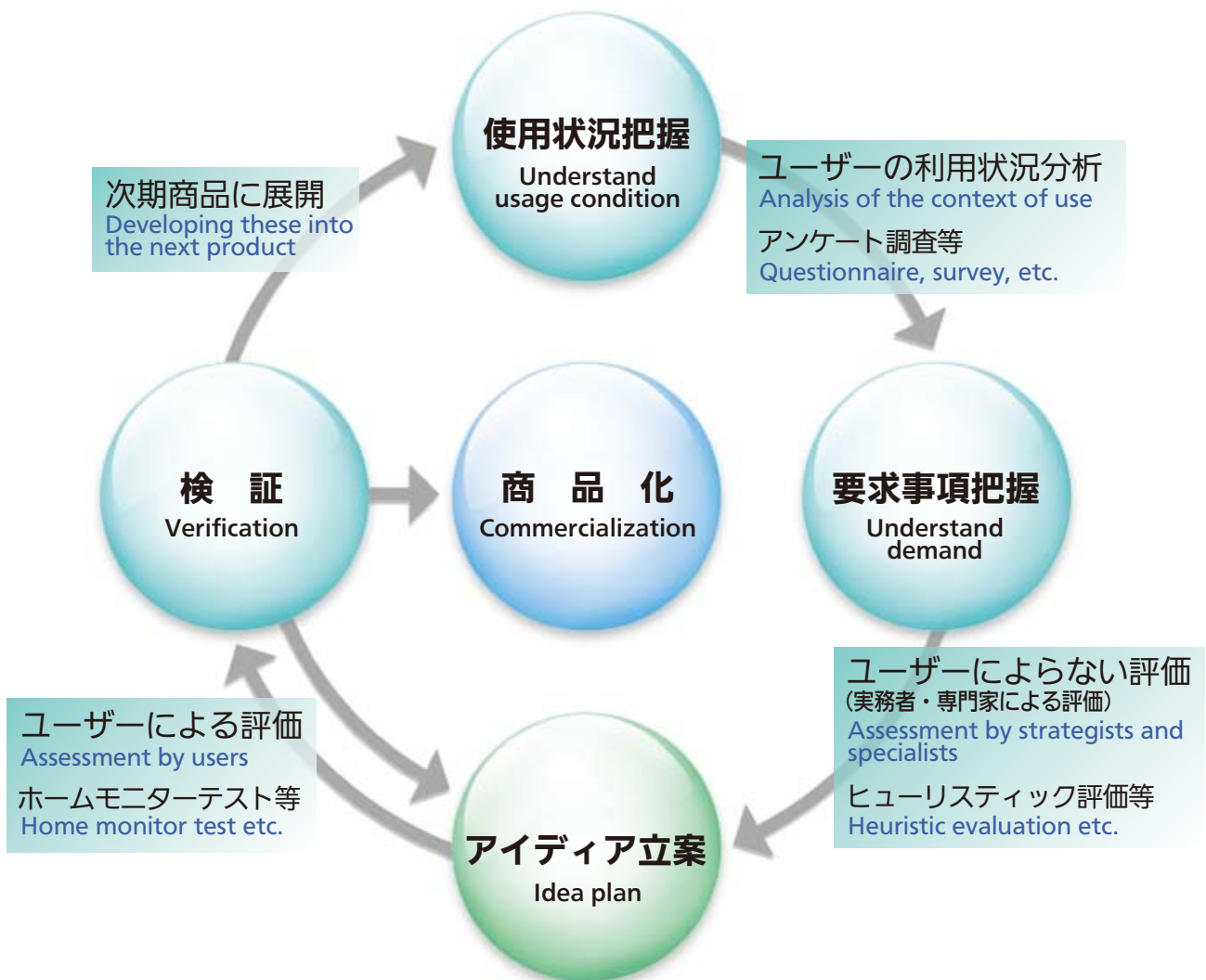
人間中心設計

User Centered Design

人間中心設計（UCD）とは、ユーザーの視点に立って設計・開発する考え方です。具体的には、ユーザーと共に「使用状況把握」「要求事項把握」「アイデア立案」「検証」を行ない、開発プロセスの中に取り込んでいます。

またその結果は「商品化」後も「次期商品への展開～使用状況把握」につなげています。

User Centered Design (UCD) is a design philosophy and a process in which the needs, wants, and requirements of the end users are considered and verified throughout the design process. These results are then linked in to the development of the next product.



ユーザーと共に行なう評価
Co-evaluation with users



研究活動事例

Research Activities

パナソニックグループでは、研究の成果を 「使いやすさ」につなげています。

In the Panasonic group, "easy to use" has been clarified through the results gathered from many years of research.

【白内障擬似体験ゴーグル】

視野に黄色がかって見えたり、かすみがかって見える白内障は、60歳以上の7割の方が罹患するといわれています。白内障の高齢者の方がどのように見えるかを眼科医と共同研究し、白内障擬似体験ゴーグルを開発。製品の表示、カタログ、パッケージ、取扱説明書などの見やすさの検証や改善に活用しています。

2000年社内基準として採用

Goggles for cataract simulation

Approximately 70% of people over the age of 60 suffer from cataract where clouding and gradual yellowing of vision occurs. We collaborated with ophthalmologists to research how elderly cataract patients see and developed cataract goggles that let us experience their vision. These goggles are used when validating how cataract patients see product displays, catalogues, packages, and manuals.

Implemented as company standard in 2000.



白内障擬似体験ゴーグル
Goggles for cataract simulation



【音声ガイド基準】

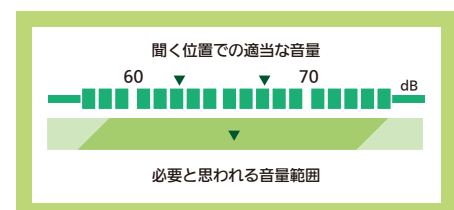
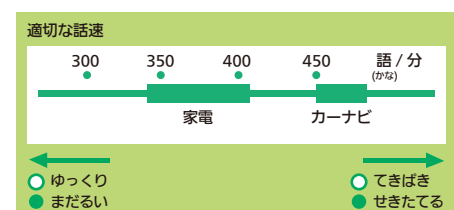
「音声案内」は、より多くの方に情報を伝える有効な手段になっています。聞き取りやすく理解しやすい音声案内を実現するため、音質や音量、話速、内容・表現、文の長さなどの研究を行い、指標化しています。

2003 年社内基準として採用

Voice Guidance research

Voice Guidance is an effective measure to convey information to many people. To realize voice guidance that's easy to hear and understand, we researched sound quality, volume, speed of speech, contents, expressions and length of a sentence and have created an indicator for our findings.

Implemented as company standard in 2003.



音声ガイド基準
Voice Guidance guideline

【PUD フォント】(2006～)

文字の見やすさについて、大きさとコントラストの確保だけでなく、書体自体の研究に取り組みました。

高齢者評価やグローバル調査、研究者へのヒアリングを通じ、①視認性 ②判読性 ③可読性 ④デザイン性の4視点から改善ポイントを抽出。

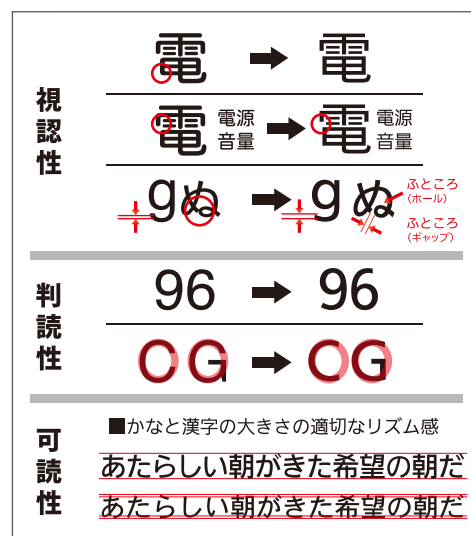
フォントメーカーの㈱イワタ様と共同開発を行い、2006年にUD仕様の書体を完成させました。この書体は、全てのパナソニックグループ製品の機能表示に使われています。

2008年には当社グループの社名ロゴにも採用しています。

Panasonic Universal Design style of font development

We took on research initiatives for fonts where we ensured not only its size and contrast, but also easy to see letters. Through global research and assessment by the elderly, we analyzed the following 4 elements by interviewing researchers. 1 : legibility, 2 : easy to decipher, 3 : readability, and 4 : design. We collaborated with Iwata Co., Ltd. and developed Universal Design font in 2006. This font is used for all operation panels on Panasonic products.

We have used the font for Panasonic group's company name since 2008.



PUD フォント開発
Panasonic Universal Design style
of type development

【カラーユニバーサルデザイン】(2007～)

赤や緑系の識別が困難な方にも区別しやすい配色の研究を、NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構(CUDO)様と共同で行ない、その成果を、ビエラやディーガのリモコンカラーボタンや、電子番組表の配色に活用しています。CUDOの定める基準を満たした製品に与えられる「CUDO カラーユニバーサルデザイン認証マーク」を取得しました。

2007年から採用

Color Universal design

In a collaborative research with NPO CUDO (Color Universal Design Organization), we analyzed colors that can easily be distinguished by those with chromatic vision. The results are used on VIERA and DIGA's remote control color buttons and on screen program menus. We acquired the CUDO color universal design certification mark which is only given to products that has met the standard requirements set by CUDO.

Implemented from 2007.



ジャンル別色分け番組表 (2008～)
Each genre Classification
Electric program guide



リモコンカラーボタン (2007～)
Remote control color key

研究活動事例

Research Activities

【触知（凸）記号シール】（2009～）

IHクッキングヒーターに採用しているフラットで拭き取りやすい「静電タッチスイッチ」は、目の不自由な方にとっては、操作性に課題がありました。より安心してお使いいただくため、日本ライトハウス様と共同研究し、わかりやすく耐久性の優れた「触知（凸）記号シール」を開発しました。

Convex sign sheets

The flat and easy-to-clean “electrostatic touch switch” had issues in the beginning for the visually challenged since it was difficult for them to differentiate the buttons. In order for them to use it more comfortably, we researched convex signs with Nippon Lighthouse and developed the convex sign sheets which is easier to understand and more durable.



ユーザにて凸記号を検証
Verifying embossed signs with users

【動作・負荷・移動性研究】

「使いやすさ」という曖昧な感覚を客観的に評価するため、使用時の重心変動や筋負担などを科学的に解析し、動作特性・身体負担を可視化、定量化して、製品開発に活用しています。

Operation, burden, and mobility research

In order to objectively evaluate what the undefined phrase “ease of use” means, scientific analysis was undertaken, which measured changes in the users balance and muscle burden during use. We were then able to visualize these characteristics of operation and the subsequent burden on the body, and implement the results into our product development.



トイレやお風呂掃除における動作・負荷の研究
（2004～）

Research relating to the movement and burden in cleaning the toilet and bathroom

【心地よさ研究】

握り心地、座り心地など「よい」「わるい」という曖昧な人間の感覚を把持圧、体圧分布解析などにより、科学的に解明し、お客様に気持ちよく使っていただける商品の開発につなげています。

Comfort research

We have scientifically analyzed the obscure human “easy to use or uncomfortable to use” sensations by distribution of body pressure and pressure from grasping and distribution of body pressure to analyze how our products can best be used by our customers.



シェーバーの握り心地を検証(2002～)
Verifying the grip-ability of shavers



シェーバー把持圧
Pressure from grasping

【安全配慮の研究】

家庭内の幼児の事故として「折れ戸開閉時の指はさみ」や「ドアはさみ」が、意外に多く発生しています。幼児の指を想定した「疑似指」により、様々なケースの安全性を評価しています。

Safety Consideration

Getting fingers caught in doors is a surprisingly common accident that happens to children at home. By developing sensory finger-like equipment, we were able to test various situations in which children's fingers may get caught in doors and develop and implement prevention measures into our products.



様々な疑似指モデルによる評価(2009～)
Various artificial finger models

広める活動

Our Widespread Activities

ユニバーサルデザインを広める活動として、様々なイベントや協賛団体に参画しています。

Panasonic participates in various events and the support groups relating to Universal Design.



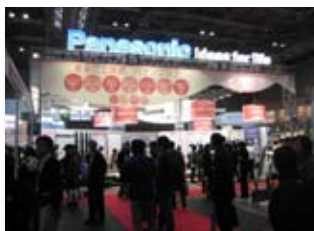
IAUD
国際ユニヴァーサルデザイン会議
International Association
for Universal Design



オスロ国際会議
Innovation for all-European Business
Conference on Inclusive Design



国際福祉機器展
Home Care &
Rehabilitation Exhibition



バリアフリー展
Barrier Free Exhibition



キッズデザイン展
KIDS DESIGN Exhibition



サイトワールド
Sight World

お客様とのコミュニケーション活動

Communication Activities with Customers

モニター制度などの仕組みを活用し、より多くのお客さまの声に耳をかたむけています。

また、ワークショップやイベントに参加し、様々な特性を持つ方々と交流を行なっています。外部講演や出前授業なども実施し、パナソニックのユニバーサルデザインの取り組みをご紹介します。

We feel that it's important to listen to the opinion of as many customers as possible, so we partake in various communication activities such as monitoring. By participating in various workshops and events, we interact with many people through seminars. On the other hand, we have outsourced our employees for lectures and classes to introduce Panasonic's universal design activities.



グループインタビュー
Group interview



製品評価
Product evaluation



中学校での出前授業
Hold classes at
Junior High Schools

福祉・介護事例紹介

Welfare and Medical Treatment Products

当社は、安心・安全・快適な暮らしを実現するため、福祉・介護分野においても、研究・開発を行なっています。
To achieve a safe, secure, and comfortable lifestyle, Panasonic conducts research and develops products for the welfare and medical fields as well.



「アクティブビュー」
Active View

携帯型拡大読書器 (2009～)

読みたい文字の上にかざすと、画面に拡大された文字が映ります。文字を拡大表示する大きさも調節でき、文字カラーと背景色の組み合わせを変え、その人にとって見やすい表示を選ぶこともできます。

Mobile scanner that enlarges text

By placing this over text, the LCD monitor will show an enlarged version. The user can adjust the size of the letter, change the background and letter color to choose the best combination that's most legible for the user.



2010年 国際福祉機器展にて紹介
「電動ケアベッド(車いす機能付き)」
Electric Care Assistance Bed
with Integrated Wheelchair

電動ケアベッド(車いす機能付き)

人をサポートするロボットの研究・開発を継続的に進めています。その一環として、介護作業の中で最も負担が大きいとされる「ベッドと車いすの移乗時の介護者の負担」を軽減しながら、介護の必要な方の自立を支援する「ロボティックベッド」を昨年開発し、大きな反響と商品化への期待をいただきました。このロボティックベッドを、人と共存する環境で使用するための安全技術開発、安全整備の推進を、引き続き NEDO (独立行政法人新エネルギー・産業技術総合開発機構) のプロジェクトにて進めつつ、一方でベッドと車いすをより手軽な仕組みで融合させた「電動ケアベッド(車いす機能付き)」を開発し、介護現場で使いやすい実用モデルに取り組んでいます。

Electric Care Assistance Bed with Integrated Wheelchair

Panasonic has continuously implemented robotic research and development to support people. As an example of our research, Panasonic created a Robotibed last year that relieves some burden from caretakers when assisting people into beds and wheelchairs, which are said to cause the most amount of burden. We received an overwhelming response and expectation rose for its commercialization. In order to continue promoting the development of safe technologies and safe maintenance in an environment where the Robotibed coexists with people, we will continue our initiatives under NEDO (New Energy and Industrial Technology Development Organization). Furthermore, we will develop an “automatic care bed (with wheelchair features)” that easily combines a bed and wheelchair by easy mechanisms to continue our support for the nursing field.



2009年 国際福祉機器展にて紹介
「ロボティックベッド」
Robotibed

パナソニックグループのコーポレートショウルーム

Panasonic Group's Corporate showroom

パナソニックセンター東京

Panasonic Center Tokyo



東京都江東区
有明3丁目5番1号
03-3599-2600
3-5-1 Ariake, Koto-ku, Tokyo

エコアイディアハウス

eco ideas HOUSE



(パナソニックセンター東京内)
Located within the complex
of Panasonic Center Tokyo

パナソニックセンター大阪

Panasonic Center Osaka



大阪府大阪市
中央区城見2丁目1番61号
06-6949-2111
2-1-61 Shiromi, Chuo-ku, Osaka

パナソニックセンター北京

Panasonic Center Beijing



北京市朝陽区
建国路87号
+ 86-10-65331007
No.87 Jidnguo Road,
Chaoyang District, Beijing

リビングショウルーム東京

Panasonic Living Showroom Tokyo



東京都港区
東新橋1丁目5番1号
03-6218-0010
1-5-1 Higashi Shimbashi,
Minato-ku, Tokyo

リビングショウルーム大阪

Panasonic Living Showroom Osaka



大阪府大阪市
中央区城見2丁目1番3号
06-6943-9575
2-1-3 Shiromi,
Chuo-ku, Osaka

パナソニックグループ ユニバーサルデザイン ホームページ

Panasonic Group's Universal Design Website

パナソニック株式会社: <http://panasonic.co.jp/company/r-and-d/ud/>

パナソニック株式会社

〒571-8501 大阪府門真市大字門真1006番地
Panasonic Corporation

発行・お問い合わせ先

パナソニック株式会社 デザイン企画グループ
〒105-8581
東京都港区芝公園1丁目1番2号
東京パナソニックビル1号館
TEL 03-6403-3800